

¿Qué enseña Hugo Chávez sobre Donald Trump y la política del espectáculo?



Tiempo de lectura: 6 min.

Mar, 06/09/2016 - 15:33

Mucho antes de ser presidente, Hugo Chávez también organizó concursos de belleza.

Cuando era soldado solía desarrollar actividades culturales entre las que se destacaban las elecciones de misses. Sobre una tarima, micrófono en mano, Chávez también fungía como animador, guiando el concurso, motivando al público, leyendo el veredicto final. Ya su vocación de showman latía debajo de su uniforme. Según sus propias palabras, en estos improvisados certámenes, siempre copiaba los procedimientos que había visto en la televisión. Esa fue su gran escuela.

Años después, en 1992, cuando intentó tomar el poder mediante un golpe de Estado, el espectáculo mediático le envió otra señal. Gracias a la televisión, su fracaso militar se convirtió en una victoria política. Cuando Chávez apareció en la TV, llamando a sus compañeros a rendirse, conquistó a la audiencia. Un minuto en la pantalla fue más eficaz y fulminante que los tanques, las ametralladoras y las balas.

Así se inició en la política. Su origen no está en las luchas sociales. Llegó a la presidencia sin haber ejercido nunca antes un cargo público, un puesto de representación, un trabajo que lo obligara a negociar con otros. Desde que ganó su primera elección (1998) hasta la última (2012), Chávez se fue haciendo un experto en convertir el espectáculo televisivo en una forma de gobierno.

Ahora Donald Trump le está proponiendo lo mismo a Estados Unidos.

Más allá de las diferencias ideológicas, Trump y Chávez comparten una misma vocación telegénica. Ambos construyen el liderazgo con las herramientas y los procedimientos del espectáculo mediático. Chávez aparecía todos los domingos en un show personal llamado “Aló, Presidente”, un programa donde podía cantar, comentar la realidad o nombrar y destituir ministros. No tenía límite de tiempo. El más largo duró 8 horas y 7 minutos.

Pero, además, Chávez podía decidir aparecer en los medios en cualquier momento. Para eso usaba las “cadenas” (emisiones que están obligadas a transmitir todos los medios radioeléctricos del país). Hasta el año 2012 había realizado 2377 cadenas, sumando 1641 horas en los medios. Como mínimo, Chávez tuvo diariamente 54 minutos de presencia protagónica en la televisión. Su verdadera utopía parecía ser la consolidación de un telegobierno.

De la misma manera, no se puede entender a Trump sin la televisión. No solo por el apoyo directo que le han dado algunos canales privados: una cobertura gratuita equivalente a 2 mil millones de dólares.

Se trata también de su propia identidad. Su verdadero crecimiento como personaje público se origina en The Apprentice, un show donde él era el animador, el juez y también el premio, y que acumuló 10 temporadas y millones de televidentes. Desde ahí comenzó a asociar su imagen a la idea de que los problemas financieros se pueden resolver muy fácilmente, con autoridad y en una hora de televisión. Así también es su campaña. Para él, la democracia es un concurso, un reality show.

Chávez y Trump son expertos en la provocación. Saben cómo producir continuamente una noticia. Manejan bien los falsos suspensos. Sus narrativas están más cerca de la ficción audiovisual que del debate político. Un ejemplo elocuente es la visita de Trump a Enrique Peña Nieto. Se mostró aplacado y diplomático en Ciudad de México y horas después, en Phoenix, no solo dijo que México pagaría cien por ciento del muro, sino que lanzó otro ataque feroz contra los inmigrantes. Su lógica no reside en el pensamiento sino en la emoción. Su coherencia solo es otra variable del show. Depende del auditorio. En el fondo, engaña en ambos lados de la frontera. Probablemente ni siquiera él mismo sabe lo que hará. No está gobernando. Solo está en campaña.

¿Realmente Trump puede levantar un muro en la frontera con México? ¿Es en realidad un proyecto probable, medianamente viable? No parece. Lo único que importa es el efecto emocional que esa promesa despierta en la audiencia. Su única consecuencia es mediática. Trump solo busca garantizar que el público siga —a favor y en contra— escuchando a Donald Trump.

Chávez también usaba la polémica como anzuelo. Era capaz de inventar o de magnificar un conflicto para mantener en vilo a su público. Conocía perfectamente el poder del lenguaje. En 2011 dijo: “Obama eres un fraude, un fraude total. Si yo pudiese ser candidato en Estados Unidos te barrería”. Son palabras que tienen la temperatura de un show televisivo. Donald Trump también conoce bien esos trucos. Y tampoco tiene ningún escrúpulo a la hora de usarlos. “El Estado Islámico honra al presidente Obama. Él es el fundador del Estado Islámico”, dijo. No hay ni una sola idea detrás de estas fórmulas. No hay pensamiento sino puro incendio mediático.

También su relato es muy parecido, de una fantasía halagadora. Ambos discursos denuncian un presente injustamente inmerecido. Ambos aluden a un pasado heroico. El primer spot televisivo de Trump ofrece el regreso a un supuesto pasado “seguro”. Trump promete como futuro la versión hollywoodense de la Segunda Guerra Mundial.

Chávez siempre propuso una vuelta a la épica de la guerra de independencia. Tanto que, incluso, le cambió el nombre al país y ahora somos la República Bolivariana de Venezuela. La premisa es la misma: existe un destino de gloria que nos ha sido arrebatado por una fuerza enemiga. Es un cuento esquemático pero muy eficaz: somos los mejores y debemos recuperar nuestros tesoros. También es un cuento peligroso: legitima la violencia.

Los discursos de Chávez y de Trump constantemente proponen la posibilidad de que la violencia sea la mejor solución para ciertos conflictos. Más allá de sus controversiales declaraciones sobre Hillary Clinton y la segunda enmienda, son muchos los ejemplos de Trump expresando incluso sus propias ganas de golpear a un adversario. Chávez hizo de la amenaza una rutina. Siempre recordaba que su revolución era “pacífica pero estaba armada”.

Un carisma como el de Chávez o Trump también es un síntoma. Reflejan lo que está en sus propias sociedades. Chávez surge en un país que había cultivado la certeza de ser un país rico pero que vivía en la pobreza. Un país con una larga tradición militarista, deseoso de soñar con un caudillo que llegara a distribuir equitativamente el botín petrolero.

De igual forma, el éxito de Trump también habla de su país. O al menos de un sector de su país que vive con incomodidad las consecuencias de la crisis económica y la globalización. Habla de un país que se ve a sí mismo como un país blanco, contaminado por la experiencia extranjera, sobre todo latinoamericana y árabe. De un país que se siente seducido por la intolerancia.

Tanto Trump como Chávez representan el espejismo de las soluciones mágicas. Son los nuevos caudillos mediáticos. Contagian la idea de que los problemas sociales tienen salidas fáciles y rápidas. Ambos representan la coronación de la frivolidad mediática, el triunfo de la televisión sobre la política. Se trata de una locura tentadora.

En Venezuela, las consecuencias de haber optado por un caudillo mediático son evidentes: los pronósticos de inflación para el 2016 superan el 700 por ciento. Casi 2 millones de habitantes han debido emigrar. La ONU ha confirmado que nos encontramos al borde de una crisis humanitaria. Ya sabemos que elegir a Chávez significó elegir la destrucción del país.

Donald Trump organizaba concursos de belleza y ahora quiere ser presidente.

Escritor y guionista de televisión

2 de septiembre de 2016

<http://www.nytimes.com/es/2016/09/02/chavez-y-trump-la-politica-del-espe...>

[ver PDF](#)

Copied to clipboard